

**ANALISIS PENGARUH *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DIMODERASI DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)***

**(Studi Kasus terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di
BEI Tahun 2017)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

ANNISA MARYAM RAMADHANTI

B 100 150 227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
TAHUN 2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DIMODERASI DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)***

**(Studi Kasus terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun
2017)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

ANNISA MARYAM RAMADHANTI

B 100 150 227

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D

NIK. 826

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DIMODERASI DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)***

**(Studi Kasus terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun
2017)**

Oleh:

**ANNISA MARYAM RAMADHANTI
B 100 150 227**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 09 Februari 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

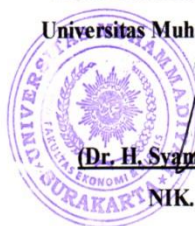
- 1. Jati Waskito, S.E., M.Si.
(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D.
(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.
(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

NIK. 131602918

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 22 Februari 2019

Penulis



Annisa Maryam Ramadhanti
B 100 150 227

**ANALISIS PENGARUH *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DIMODERASI DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)***

**(Studi Kasus terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun
2017)**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji: (1) Pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan, (2) Pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan, dan (3) Pengaruh *CSR* dalam memoderasi pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017, dimana terdapat 89 sampel yang akan digunakan pada pengujian ini. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu: uji asumsi klasik, uji regresi berganda, *uji moderated regression analysis*, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *CSR* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan *CSR* tidak bisa memperkuat pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Profitabilitas*, *CSR*, Nilai Perusahaan.

Abstract

The purpose of this study is to examine: (1) The effect of profitability on firm value, (2) The effect of CSR on firm value, and (3) The effect of CSR in moderating the effect of profitability on firm value. The population of this research is all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017, where there are 89 samples that will be used in this test. The analytical method used in this study is: classic assumption test, multiple regression test, moderated regression analysis test, and hypothesis testing. The results of the test show that profitability has a positive effect on firm value, CSR has a positive effect on firm value, and CSR cannot strengthen the influence of profitability on firm value.

Keywords: Profitability, CSR, Firm Value.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri di era globalisasi ini telah mendorong banyak perusahaan untuk terus berkembang, tak terkecuali dengan perusahaan manufaktur. Saat ini telah banyak perusahaan manufaktur yang tumbuh di Indonesia, dengan semakin banyaknya perusahaan manufaktur yang tumbuh maka persaingan pun tidak dapat dihindari. Semakin ketatnya persaingan menuntut para pelaku usaha untuk terus mengembangkan bisnisnya agar lebih diminati masyarakat. Saat ini sudah banyak perusahaan yang berlomba – lomba untuk menunjukkan keeksistensinya.

Tujuan utama suatu perusahaan pada dasarnya dalam jangka pendek adalah untuk memaksimalkan laba yang diperoleh, sedangkan untuk jangka panjangnya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan yang mana nantinya akan memberikan kemakmuran tersendiri bagi para pemegang sahamnya.

Nilai perusahaan sendiri dapat dicapai melalui perbaikan kinerja perusahaan yang salah satu indikatornya dapat dilihat melalui *profitabilitas*, yaitu kemampuan perusahaan tersebut dalam memperoleh laba, apabila kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba meningkat, maka harga saham di pasaran pun juga akan meningkat.

Meningkatnya harga saham akan berimbas positif terhadap perusahaan, yaitu perusahaan akan semakin diminati oleh para investor dan pasar akan percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

Penting bagi perusahaan tersebut untuk menjaga nilai perusahaannya agar tetap baik dimata investornya. Akan tetapi, sejalan dengan hal itu tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan dalam kegiatan operasinya juga berhubungan erat dengan lingkungan sekitar. Kegiatan – kegiatan perusahaan pasti akan memiliki dampak tersendiri bagi lingkungan sekitarnya, baik itu dampak yang positif maupun negatif. Salah satu dampak yang ditimbulkan adalah polusi udara yang disebabkan oleh pengoperasian dari mesin – mesin yang ada di pabrik tersebut. Untuk itu pemerintah menetapkan peraturan yang mengharuskan perusahaan untuk melakukan kegiatan *CSR* demi terjaganya keseimbangan ekosistem yang ada di bumi.

Sebenarnya dengan kegiatan CSR ini perusahaan akan mendapatkan beberapa keuntungandiantaranya dapat mendekatkan perusahaan dengan masyarakat sekitar, yang mana ini dapat dijadikan nilai tambah tersendiri untuk perusahaan. Melalui kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka masyarakat akan percaya terhadap perusahaan tersebut yang akan berimbas pada peningkatan penjualan sehingga berpengaruh terhadap prningkatan laba perusahaan , dan nilai perusahaan pun juga akan ikut naik.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini akan membahas tentang “Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi dengan *Corporate Social Responsibility* (Studi Kasus terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017)”.

2. METODE

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017, yang berjumlah 555 perusahaan. Metoda pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017, (2) Perusahaan sektor manufaktur, (3) Perusahaan manufaktur yang menyediakan data laporan keuangan tahun 2017, (4) Perusahaan yang menyediakan laporan tahunan tahun 2017, (5) Perusahaan tidak menghasilkan laba negatif pada tahun 2017, (6) Perusahaan yang melaporkan kegiatan CSR. Sedangkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur diantaranya melalui PBV dan Tobin's Q.

- 1) *Price Book Value* (PBV) dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Wild, 2008: 44, dalam Widyantari, 2017):

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \quad (1)$$

2) *Tobin's Q* dapat dihitung melalui rumus (Chung dan Pruitt, 1994 dalam Sukamulja, 2004):

$$\text{Tobin's } Q = (\text{MVE} + \text{DEBT}) / \text{TA} \quad (2)$$

Dimana:

MVE = (jumlah saham beredar x harga saham akhir tahun)

DEBT = (kewajiban lancar – Aktivalancar) + nilai buku persediaan + nilai buku hutang jangka panjang

TA = nilai buku total aktiva

b. Variabel Independen

Variable independen yang digunakan pada penelitian ini adalah Profitabilitas, dimana akan diproksikan melalui *Return On Assets (ROA)*. *ROA* digunakan untuk menilai atau mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Adapun perhitungan dari *ROA* dapat dirumuskan sebagai berikut (Brigham dan Houston, 2001):

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aktiva}} \quad (3)$$

c. Variabel Moderasi

Variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility* dimana *CSR* ini dapat diukur menggunakan daftar pengungkapan tanggung jawab social, dengan memberi skor “0” untuk setiap item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan memberi skor “1” untuk setiap item yang diungkapkan (Sembiring, 2005).

$$CSRI_j = n/k \quad (4)$$

Dimana,

CSRI_j : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan j

k : jumlah skor maksimal (78)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak (Ghozali, 2011). Selain itu dikarenakan juga digunakan metode *Moderated Regression Analysis (MRA)* dimana tujuan analisis ini untuk mengetahui apakah variable moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun persamaan regresi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

Persamaan Regresi **Model I** (Analisis Regresi Linier Berganda):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (5)$$

Keterangan:

Y = nilai perusahaan

a = konstanta

b₁-b₂ = koefisien regresi

X₁ = variabel *Profitabilitas*

X₂ = variabel *CSR*

e = *error term* (tingkat kesalahan penduga)

Persamaan Regresi **Model II** (*MRA*) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + e \quad (6)$$

Keterangan:

Y = nilai perusahaan

a = konstanta

b_1 - b_3	= koefisien
X_1	= variabel Profitabilitas
X_2	= variabel CSR
$X_1.X_2$	= interaksi antara CSR dengan Profitabilitas
e	= <i>error term</i> (tingkat kesalahan penduga)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini dilakukan 2 kali pengujian dikarenakan variable dependen yaitu nilai perusahaan diproksikan melalui *PBV* dan *Tobins Q*. Berdasarkan hasil uji normalitas untuk pengujian pertama didapatkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* 1,244 dengan *Asymp.Sig* (2-tailed) 0,091 > 0,05. Sedangkan pada pengujian kedua tabel didapatkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* 1,020 dengan *Asymp.Sig* (2-tailed) 0,249 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua pengujian ini memenuhi syarat untuk berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas pada kedua pengujian menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 atau *VIF* <10, sehingga pada penelitian ini tidak terdapat multikolinieritas. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan *LM test* dimana pada kedua pengujian tersebut didapatkan nilai *LM* < nilai *Chi Square* maka pada kedua pengujian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017.

Setelah dilakukan analisis, pada pengujian pertama didapatkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,276 dan bertanda positif dengan *t* hitung 9,687 dan *t* tabel sebesar 1,989 . Maka H_0 ditolak (*t* hitung > *t* tabel).

Adapun pada pengujian yang kedua didapatkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,199 dan bertanda positif dengan *t* hitung 10,422 dan *t* tabel sebesar 1,989. Maka H_0 ditolak (*t* hitung > *t* tabel). Sehingga dari kedua pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti bahwa Profitabilitas

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017.

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan tingginya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dengan tingginya laba yang dihasilkan ini maka investor akan semakin yakin terhadap perusahaan tersebut ketika hendak berinvestasi, karena mereka yakin bahwasanya perusahaan mampu memberikan keuntungan yang lebih terhadap investor, dengan semakin banyaknya investor yang tertarik terhadap perusahaan, maka secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Pramana dan Mustanda (2016) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017.

Setelah dilakukan analisis, pada pengujian pertama yaitu pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan yang diproksikan melalui *PBV*, didapatkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 6,601 dan bertanda positif dengan t_{hitung} 3,076 dan t_{tabel} sebesar 1,989. Maka H_0 ditolak ($t_{hitung} > t_{tabel}$).

Sama halnya dengan pengujian yang kedua yaitu pengaruh *CSR* terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan melalui *Tobins Q*, didapatkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 4,036 dan bertanda positif dengan nilai t_{hitung} 2,806 dan t_{tabel} sebesar 1,989. Maka H_0 ditolak ($t_{hitung} > t_{tabel}$).

Sehingga dari kedua pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis yang diajukan terbukti bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017.

Corporate Social Responsibility pada dasarnya adalah bentuk tanggungjawab serta kepedulian perusahaan kepada lingkungan sekitarnya. Melalui kegiatan CSR ini maka citra perusahaan akan meningkat karena perusahaan benar – benar memperhatikan lingkungannya, karyawannya, produknya, serta kondisi masyarakat sekitar sehingga reputasi perusahaan pun akan meningkat juga di mata investor yang nantinya juga akan meningkatkan nilai perusahaan ditandai dengan semakin banyaknya minat para investor terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh Jo dan Harjoto(2011) yang menemukan bahwa *CSR* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam Memperkuat Hubungan antara *Profitabilitas* terhadap Nilai Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017

Hasil dari Pengujian pertama yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam memperkuat pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan yang diproksikan melalui *PBV*, dengan membandingkan uji regresi linier berganda dan uji *MRA*, variabel *ROA* dan *CSR* yang semula signifikan menjadi tidak signifikan setelah dimoderasi oleh *CSR*. nilai signifikansi dari *ROA* yang semula 0,000 menjadi $0,469 > 0,05$. Adapun nilai koefisien regresi *ROA* yang semula 0,276 berubah menjadi -0,58. Variabel *CSR* yang semula tingkat signifikasinya sebesar 0,003 setelah dimoderasi menjadi $0,084 > 0,05$. Adapun nilai koefisien regresinya yang semula 6,601 berubah menjadi -6,014.

Sama halnya dengan pengujian kedua yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam memperkuat pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan yang diproksikan melalui *Tobin's Q*, dengan membandingkan hasil dari uji regresi linier berganda dan uji *MRA*, didapatkan hasil variabel *ROA* dengan hasil koefisien regresi yang semula 0,199 berubah menjadi -0,37 setelah dimoderasi dengan tingkat signifikansi yang semula 0,000 berubah menjadi $0,478 > 0,05$. Sama halnya dengan

variabel *CSR* yang semula nilai koefisien regresinya sebesar 4,036 menjadi -4,896 walaupun untuk tingkat signifikansi pada kedua model pengujian tersebut baik regresi berganda maupun *MRA* didapatkan hasil yang bagus yaitu 0,006 dan 0,34 sama sama $< 0,05$.

Berdasarkan kedua pengujian variable tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak bisa memperkuat atau dengan kata lain pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tidak dimoderasi oleh variabel *CSR*.

Diterbitkannya peraturan Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 mengenai Tanggung Jawab dan Sosial dan Lingkungan. Undang – undang ini menjelaskan bahwasanya perseroan yang menjalankan usahanya di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Melihat peraturan ini, sudah semestinya perusahaan melakukan kegiatan *CSR*, jika perusahaan tidak melakukan kegiatan *CSR* maka akan mendapatkan sanksi sesuai yang telah ditetapkan. Atas hal tersebut, maka investor sudah tidak perlu lagi meninjau apakah perusahaan tersebut melakukan kegiatan *CSR* atau tidak pada saat akan berinvestasi. Hal ini akan menyebabkan ada atau tidaknya kegiatan *CSR* tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Mufidah dan Purnamasari (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Return On Asset* dengan nilai perusahaan.

4 PENUTUP

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pada pengujian pertama didapatkan nilai thitung sebesar 9,687 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,989. Sedangkan pada pengujian kedua diperoleh hasil nilai thitung 10,422 lebih besar dari 1,989 (thitung > ttabel). Jadi dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan *Profitabilitas* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan diterima.
- 2) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pada pengujian pertama nilai thitung 3,076 lebih besar dari 1,989 (thitung > ttabel). Sedangkan pada pengujian kedua diperoleh hasil nilai thitung 2,806 lebih besar dari 1,989 (thitung > ttabel). Jadi dapat disimpulkan bahwa H_2 yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan diterima.
- 3) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memperkuat pengaruh hubungan antara *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian regresi *CSR* tidak mampu memoderasi pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan dikarenakan setelah dilakukan pengujian model 2 (*MRA*), variabel independen yang semula signifikan menjadi tidak signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 yang menyatakan bahwa *Profitabilitas* mampu memperkuat pengaruh hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan ditolak.

4.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam mengungkapkan hasil penelitian, diantaranya adalah:

- 1) Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian hanya terbatas hanya 89 perusahaan.

- 2) Periode penelitian yang dilakukan sangat terbatas yaitu hanya menggunakan 1 periode saja yaitu tahun 2017.
- 3) Variabel yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel saja yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* dikarenakan keterbatasan waktu peneliti, yang mana sebenarnya masih banyak variabel lain yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan.

4.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah :

- 1) Bagi perusahaan hendaknya terus meningkatkan performanya dalam rangka meningkatkan *profitabilitasnya* serta terus melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, karena pada penelitian ini terbukti bahwasanya *Profitabilitas* dan *Corporate Social Responsibility* secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dengan tetap memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan melakukan kegiatan *CSR* nya maka diharapkan nilai perusahaan akan menjadi lebih bernilai dimata investor.
- 2) Bagi investor yang akan berinvestasi di suatu perusahaan sebaiknya dilihat dulu kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba untuk memprediksi kemampuan perusahaan nantinya dalam membayarkan deviden kepada investor.
- 3) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel bebas yang lain dan lebih beragam untuk mengetahui rasio-rasio keuangan lain yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. (2001). *Manajemen Keuangan (Buku 1)*, Jakarta: Erlangga.

- Jo, Hoje dan Harjoto, Maretno A. (2011). Corporate Governance and Firm Value: The Impact Of Corporate Social Responsibility. *Journal Of Business Ethics* 103 (3): 351-383.
- Mufidah, Nur dan Purnamasari, Puji Endah. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah* Vol. 6 No. 1.
- Pramana, I Gusti Ngurah Agung Dwi, dan Mustanda, I Ketut. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1, 2016: 561 – 594.
- Sembiring, Eddy Riswanda. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Akuntansi VIII. Solo.
- Widyantari , Ni Luh Putu dan Yadnya, I Putu. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 12.
- Sukamulja, Sukmawati. (2004). Good Corporate Governance di Sektor Keuangan: Dampak GCG terhadap Kinerja Perusahaan (Kasus di Bursa Efek Jakarta). *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8, 11 -93.